

**PENGARUH *EXPERIENTIAL MARKETING* DAN
WORD OF MOUTH
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**
(Survei pada konsumen PT Alhamdi Global Wisata periode umrah 2015
sampai dengan Juni 2017)

SKRIPSI

Diajukan untuk menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

**NADIAH YUSFITA
NIM. 135030207111030**



**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI PEMASARAN
MALANG**

2018

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Telah dipertahakan di depan majelis penguji skripsi, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 19 Februari 2018
Jam : 09.30
Skripsi Atas Nama : Nadiah Yusfita
Judul : Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada konsumen PT Alhamdi Global Wisata periode umrah 2015 dan 2016).

dan dinyatakan

LULUS

MAJELIS PENGUJI

Ketua,



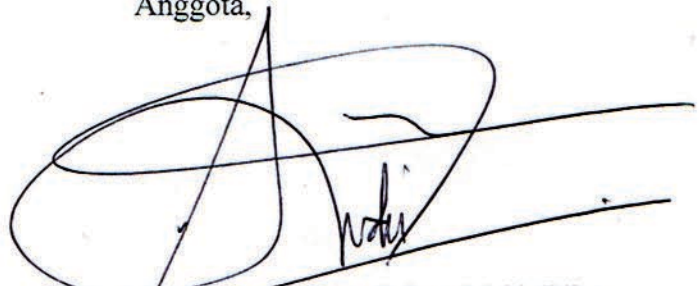
Dr. Drs. Edy Yulianto, MP.
NIP.19600728 198601 1 001

Anggota,



Dr.Drs. Zainul Arifin, MS.
NIP. 19570415 198601 1 001

Anggota,



Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA
NIP: 19760414 2002122 002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, sert diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No 20 Tahun 2003, Pasal 25 Ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 5 Januari 2018



Nadiyah Yusfita

135030207111030

Lampiran 17 CV

CURRICULUM VITAE



DATA DIRI

Nama : Nadiah Yusfita
Tempat,Tanggal Lahir :Uj. Pandang, 01 Januari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Lengkap :Pulomas Residences Blok
H/ No. 8, PuloGadung,
Jakarta Timur 13210
Agama : Islam
Nomor Telepon : 081281820088
Email : nyusfita@gmail.com
Twitter : @nadiahyusfita
Motto : Patience is a beautiful thing.

Riwayat Pendidikan

PERIODE	
2001 – 2007	SD 14 Pagi Negeri Sumur Batu Jakarta Pusat
2007 – 2010	SMPI Al Azhar Rawamangun 12 Jakarta Timur
2010 – 2013	SMAI Al Azhar Kelapa Gading Jakarta Utara
2013 – Sekarang	Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya

Pengalaman Berorganisasi

PERIODE	NAMA ORGANISASI	JABATAN
2012 - 2013	SINATRA (Teater)	KETUA
2012 -2013	MPK (Majelis Permusyawaratan Kelas)	STAFF DIVISI AGAMA
2014-2015	IAMCREATE (LOF AMC FIA UB)	STAFF HUMAS

Pelatihan dan Seminar yang Pernah di Ikuti

NAMA KEGIATAN	PENYELENGGARA	TAHUN
Talk Show Kebangsaan “Mozaik”	HMJ HUKUM UB	2014
SOSIALISASI MAGANG 2013	HMJ ADMINISTRASI BISNIS UB	2015
PELATIHAN PROGRAM AKUNTASI (ZAHIR)	FIA UNIVERSITAS BRAWIJAYA	2014
Talk Show Psikologi	Universitas Y.A.I. Psikologi	2012

Kepanitian Yang Pernah di Ikuti

Nama Kegiatan/Event	Penyelenggara	Jabatan	Tahun
ALKAFEST 2013	SMAI ALAZHAR KELAPA GADING	STAFF DOKUMENTASI	2013
HORE CUP 2014	HORE FUTSAL MALANG	STAFF KONSUMSI	2014
HORE CUP 2015	HORE FUTSAL MALANG	ASCO KONSUMSI MEDIS	2015
Tribute To Indonesia 90an	LOF AMC FIA UB	STAFF HUMAS	2015
HUT AMC FIA UB “NONGKRONG YUK!”	LOF AMC FIA UB	STAFF HUMAS	2015
INDI(E)SCHE PARTY!	LOF AMC FIA UB	STAFF HUMAS	2015
FIFA 2014 (HUT FIA)	BEM FIA	STAFF HUMAS & DANA	2014
MABA Show FIA UB	LOF AMC FIA UB	STAFF HUMAS	2015
Alarm Cup 2008	SMPI Al-Azhar Rawamangun	STAFF Dokum	2008

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Alhamdi Global Wisata periode umrah 2015 dan 2016)”**.

Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Peneliti menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini peneliti akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS., selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. M. Al Musadieg, MBA., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Mohamad Iqbal S.Sos, M.IB D.BA., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Dr. Wilopo, M.AB., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. M. Kholid Mawardi, Ph.D., selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
6. Drs, Dr. Edy Yulianto, MP., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dari awal dengan penuh kesabaran serta memberi semangat dan dorongan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
7. Seluruh Dosen Pengajar jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.

8. Seluruh staff PT Alhamdi Global Wisata yang membantu dalam mengumpulkan data responden.
9. Kedua orang tua H. Muhammad Tauhid Hamdi dan Ir. Alfiah Ali Mustary, serta adik-adik Fadli, Namirah dan keluarga besar yang berada di Makassar yang telah mendukung, memberi doa tiada henti atas kelancaran pengerjaan skripsi sehingga terselesaikan skripsi.
10. Sahabat-sahabat peneliti Dessyta Putri, Deviananda Syarah yang telah memberikan dukungan serta bantuan atas kelancaran skripsi, dan kehidupan selama peneliti berada di Malang.
11. Sahabat-sahabat peneliti di Malang, Anindya Dwipa, Suci Ayu A., Ranti Dwityasari, Tri G. Winastuti, Nur Putri yang tiada henti memberikan masukan arahan, semangat selama hidup di tanah rantau Malang.
12. Sahabat-sababat peneliti selama di Malang, Tiara Suci Z, Munissa Sari, Rini Kurniasih, Hanissa Ayu, Kartika Dwi, M. Andika Ridwan, Alfin Perwira, Syulinta Hugo yang mampu mendengarkan keluh kesah serta memberikan masukan yang bermanfaat untuk kedepan.
13. Teman-teman wikidibrit, Bintang, Maudy, Fikri, Aldo, Ber, Ojay, Abah Much, Nopian, Mario, Sona, Vicko, Wisnu, Dila dan yayo.
14. Sahabat-sahabat SMP dan SMA, Raisa Nadia Aulia, dan Mega Raudhatin, Fanny, Khansa, Fabo, Amalia, Tata, Astrid, Arum, Dessy, Raisa, Ica.
15. Seluruh Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis 2013, yang telah memberikan informasi selama perkuliahan
16. Semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 2017

Penulis

RINGKASAN

Nadiah Yusfita, 2017, Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada konsumen PT Alhamdi Global Wisata periode umrah 2015 dan 2016). Ketua Komisi Pembimbing: Dr, Drs. Edy Yulianto. MP.

Penelitian ini bertujuan menguji dan menjelaskan pengaruh secara simultan (bersama-sama) dan parsial *Experiential Marketing* terhadap Loyalitas Pelanggan dan *Word of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian penjelasan (*explanatory research*) dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Sampel Jenuh dengan sampel 37 orang Pelanggan PT Alhamdi Global Wisata. Metode pengumpulan data yang digunakan ialah kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Experiential Marketing* (X1) dan *Word Of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) yang dapat dilihat dari nilai sig. F (0,000) < sig. α (0,05) dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,515 atau 51,5%. Hal ini menunjukkan bahwa *Experiential Marketing* yang terdiri dari variabel Panca Indera (X1.1), Perasaan (X1.2), Pikiran (X1.3), Tindakan (X1.4), dan Hubungan (X1.5), dan *Word Of Mouth* (X2) sebesar 51,5% dapat mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Y). Secara parsial, *Experiential Marketing* (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai sig. t (0,003) < sig. α (0,05), *Word Of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai sig t (0,040) < $\alpha = 0,05$. *Word of Mouth* (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dengan nilai sig.t (0,040) < $\alpha = 0,05$.

Kata Kunci: ***Experiential Marketing, Word of Mouth* dan Loyalitas Pelanggan.**

SUMMARY

Nadiah Yusfita, 2017. The Influence of The Application of Experiential Marketing and Word Of Mouth on Customer Loyalty (Survey on Customers of PT Alhamdi Global wisata period umrah 2015 and 2016). Dr, Drs. Edy Yulianto, MP.

This research aims to test and explain the influence of Experiential Marketing and Word Of Mouth on Customer Loyalty simultaneously and partially on Customers of PT Alhamdi Global Wisata. Independent variables in this research are Sense (X1.1), Feel (X1.2), Think (X1.3), Act (X1.4), and Relate (X1.5), and Word Of Mouth. Dependent variable in this research is Customer Loyalty (Y).

This type of research used explanatory research with a quantitative approach. The sampling technique used saturated sampling with a sample of 37 customers of PT Alhamdi Global Wisata. Data collection methods used questionnaire and interview. Data analysis techniques used in this research are descriptive statistical analysis and inferential statistical analysis by using multiple linear regression analysis.

The results of this research indicate that Experiential Marketing and Word Of Mouth are simultaneously have a significant effect on Customer Loyalty (Y) which can be seen from the significance value $F(0,000) < \alpha(0,05)$ and R Square value is 0,515 or 51%. This means that 51% of Experiential Marketing and Word of Mouth can affect Customer Loyalty (Y). Partially, Experiential Marketing (X1) significantly influential on Customer Loyalty (Y) with a significance value $t(0,003) < \alpha(0,05)$, Word Of Mouth (X2) significantly influential on Customer Loyalty (Y) with a significance value $t(0,040) < \alpha(0,05)$.

Keywords: Experiential Marketing, Word of Mouth, and Customer Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Experiential Marketing* dan *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan PT Alhamdi Global Wisata periode umrah 2015 dan 2016)”**.

Penulisan skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya. Peneliti menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan kali ini peneliti akan menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, MS., selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
2. Bapak Dr. M. Al Musadieg, MBA., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
3. Mohamad Iqbal S.Sos, M.IB D.BA., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
4. Dr. Wilopo, M.AB., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
5. M. Kholid Mawardi, Ph.D., selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
6. Drs, Dr. Edy Yulianto, MP., selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dari awal dengan penuh kesabaran serta memberi semangat dan dorongan hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
7. Seluruh Dosen Pengajar jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang telah memberikan ilmu-ilmu yang bermanfaat bagi peneliti.

8. Seluruh staff PT Alhamdi Global Wisata yang membantu dalam mengumpulkan data responden.
9. Kedua orang tua H. Muhammad Tauhid Hamdi dan Ir. Alfiah Ali Mustary, serta adik-adik Fadli, Namirah dan keluarga besar yang berada di Makassar yang telah mendukung, memberi doa tiada henti atas kelancaran pengerjaan skripsi sehingga terselesaikan skripsi.
10. Sahabat-sahabat peneliti Dessyta Putri, Deviananda Syarah yang telah memberikan dukungan serta bantuan atas kelancaran skripsi, dan kehidupan selama peneliti berada di Malang.
11. Sahabat-sahabat peneliti di Malang, Anindya Dwipa, Suci Ayu A., Ranti Dwityasari, Tri G. Winastuti, Nur Putri yang tiada henti memberikan masukan arahan, semangat selama hidup di tanah rantau Malang.
12. Sahabat-sababat peneliti selama di Malang, Tiara Suci Z, Munissa Sari, Rini Kurniasih, Hanissa Ayu, Kartika Dwi, M. Andika Ridwan, Alfin Perwira, Syulinta Hugo yang mampu mendengarkan keluh kesah serta memberikan masukan yang bermanfaat untuk kedepan.
13. Teman-teman wikidibrit, Bintang, Maudy, Fikri, Aldo, Ber, Ojay, Abah Much, Nopian, Mario, Sona, Vicko, Wisnu, Dila dan yayo.
14. Sahabat-sahabat SMP dan SMA, Raisa Nadia Aulia, dan Mega Raudhatin, Fanny, Khansa, Fabo, Amalia, Tata, Astrid, Arum, Dessy, Raisa, Ica.
15. Seluruh Mahasiswa/i Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis 2013, yang telah memberikan informasi selama perkuliahan
16. Semua pihak yang telah membantu, memberikan dukungan hingga terselesaikannya skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikian kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

Malang, 2017

Penulis

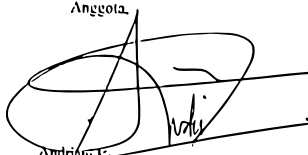
DAFTAR TABEL

No.	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1	Variabel, Indikator, dan Item	51
Tabel 3.2	Skala Pengukuran.....	53
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.1	Distribusi Responden berdasarkan Usia	66
Tabel 4.2	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	67
Tabel 4.3	Distribusi Responden Berdasarkan Status	68
Tabel 4.4	Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian di PT Alhamdi Global Wisata	69
Tabel 4.5	Kriteria Interpretasi Rata-rata Skor Jawaban	72
Sumber:	Supranto, 2000.....	72
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Experiential Marketing</i> (X_1)	72
Tabel 4.7	Distribusi Frekuensi Variabel <i>word of mouth</i> (X_2)	79
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	83
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas	86
Tabel 4.11	Analisis regresi linear berganda.....	89
Tabel 4.12	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	90
Tabel 4.13	Koefisien Korelasi dan Determinasi	91
Tabel 4.14	Uji F	92
Tabel 4.15	Hasil Uji t / Parsial	93

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik 10 Negara dengan Jamaah Umrah Terbesar.....	1
Gambar 2.1	Model Konseptual	45
Gambar 2.2	Model Hipotesis	45
Gambar 4.2	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	87

Anggota.



Andriani Kusumawati, S.Sos., M.Si., DBA
NIP. 19760414 2002122 002